

PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICANÁLISE E ANÁLISE DO CONTEMPORÂNEO

PSICANÁLISE E A CULTURA
VIRTUAL: a captura imaginária dos
sujeitos nas redes sociais

JÚLIA DE FREITAS MARTINS

2025

JÚLIA DE FREITAS MARTINS

**PSICANÁLISE E A CULTURA VIRTUAL: a captura imaginária dos sujeitos nas
redes sociais**

Monografia entregue ao orientador,
através da plataforma PUCRS Online,
como pré-requisito à conclusão da Pós-
Graduação em Psicanálise e Análise do
Contemporâneo.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Arseli Kern

RESUMO

Este trabalho tem a proposta de analisar, sob uma perspectiva psicanalítica, a ascensão da cultura digital e das redes sociais na contemporaneidade, a fim de refletir sobre os mecanismos psíquicos pelos quais os sujeitos são capturados nas plataformas virtuais. O estudo trata dos efeitos subjetivos e culturais da consolidação do mundo virtual, associando os sintomas que marcam a nossa época a essa nova realidade. Para fundamentar a análise, foram articulados três eixos principais: a psicanálise, a filosofia e a questão político-econômica.

Palavras-chave: imagem; identidade; redes sociais; virtual; psicanálise; capitalismo.

ABSTRACT

This work aims to analyze, from a psychoanalytic perspective, the rise of digital culture and social media in contemporary times, in order to reflect on the psychic mechanisms through which subjects are captured by virtual platforms. The study addresses the subjective and cultural effects of the consolidation of the virtual world, linking the symptoms that characterize our time to this new reality. To support the analysis, three main axes were articulated: psychoanalysis, philosophy, and the political-economic dimension.

Keywords: image; identity; social media; virtual; psychoanalysis; capitalism.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. A IMAGEM	8
3. A FORMAÇÃO DO “EU”, IDENTIDADE E IMAGINÁRIO	10
4. A PULSÃO, O OBJETO “A” E O VAZIO.....	14
5. O OUTRO DA LINGUAGEM SUBSTITUÍDO PELO OUTRO DA TECNOLOGIA.....	18
6. A INDÚSTRIA CULTURAL E O DISCURSO CAPITALISTA.....	21
7. O MAL ESTAR CONTEMPORÂNEO E O MUNDO VIRTUAL	24
8. CONCLUSÃO.....	29
REFERÊNCIAS.....	30

1. INTRODUÇÃO

A popularização do uso da internet a partir da década de 90 e nos anos 2000 consolidou as redes sociais e o mundo virtual como componentes centrais da realidade contemporânea. Em 1995 cerca de 0,8% da população global tinha acesso à internet; em 2025 estima-se que 68,7% da população mundial estejam conectadas. Quanto ao uso das redes sociais atualmente (2025), estima-se que 5,42 bilhões de pessoas utilizem redes sociais, representando 63,9% da população mundial.

Evidentemente há uma desigualdade geopolítica no acesso à internet. Com base em dados da União Internacional de Telecomunicações (ITU),

“na Europa, na Comunidade dos Estados Independentes (CEI) e nas Américas, entre 87% e 92% da população utiliza a internet. Nos Estados Árabes e nos países da região Ásia-Pacífico, aproximadamente dois terços da população (70% e 66%, respectivamente) fazem uso da internet, em linha com a média global. Em contraste, a média para a África é de apenas 38%.” (União Internacional de Telecomunicações, 2024)

Em média, usuários do mundo inteiro passam hoje 2 horas e 21 minutos por dia nas redes. Nas clínicas da escuta e nas conversas cotidianas, muito se fala sobre um excesso no uso das redes sociais, um excesso que esbarra no campo da compulsão, do vício.

A ascensão do mundo digital indica não apenas uma transformação nos meios de comunicação, mas aponta para um fenômeno totalmente novo na humanidade, no qual estão sendo formadas novas maneiras de ser, de se vincular socialmente e de trabalhar. Essa nova configuração expressa conquistas e avanços da humanidade na área da ciência e da tecnologia, mas também se traduz num novo mal estar na cultura.

A palavra do ano (expressões elegidas como as mais comentadas durante um ano) elegida em 2023 foi “Inteligência Artificial”, e em 2024 “Brain Rot” (cérebro podre). Essas duas expressões revelam um paradoxo na contemporaneidade: parece haver uma tensão entre o avanço no mundo virtual e o avanço na capacidade cognitiva humana. O excesso de presença nas plataformas digitais tem sido associado a um estado de apatia e de desgaste mental.

Na psiquiatria contemporânea, o uso compulsivo das redes sociais é objeto de estudo, mas não é preciso ir para o campo das patologias e dos transtornos para observar crianças e adultos prejudicados pelo uso excessivo das telas, apresentando sintomas como: insônia, ansiedade, depressão, incapacidade de foco e concentração, perdas de habilidades sociais, entre outros.

O objetivo deste trabalho é, do ponto de vista psicanalítico, analisar aspectos do mundo virtual, aprofundando na dinâmica das redes sociais, e pensar os efeitos psíquicos e subjetivos que essa nova realidade impõe sobre os sujeitos.

Para fundamentar essa análise, serão articuladas três questões principais ao longo do trabalho: a psicanálise, a filosofia e a questão político-econômica.

1.1. Metodologia

Para a construção deste trabalho, foi utilizado o método de pesquisa explicativa, partindo de uma revisão bibliográfica de obras psicanalíticas, filosóficas e sociológicas, produções artísticas, artigos acadêmicos e outros textos, com o objetivo de construir uma análise crítica sobre o fenômeno do mundo virtual na contemporaneidade, e os seus efeitos na psique e na construção de subjetividades.

DESENVOLVIMENTO

2. A IMAGEM

Régis Debray, em seu livro “Vida e morte da imagem: uma história do olhar no ocidente” analisa como as mídias foram se desenvolvendo no decorrer da história, assim como o efeito que estas tinham nos espectadores. O autor propõe três momentos: a *Era dos Ídolos*, a *Era da Arte*, e a *Era do Visual*.

A primeira dessas eras, a “Era dos Ídolos”, ele chamou de “logosfera”. Vigente na Antiguidade e Idade Média, foi a era das imagens mágicas e religiosas, a imagem era um *ícone*, representava o sagrado, era um objeto de culto e um canal com o invisível. A imagem não era pra ser vista, mas venerada. Essa era segue da invenção da escrita até a invenção da imprensa.

A “Era da Arte”, também denominada como “grafosfera”, se estendeu da invenção da imprensa até a invenção da TV em cores, do Renascimento até o século XX. Debray ressalta que o avanço da arte se deu por uma conquista do humanismo sobre a teologia. “A arte cria seu próprio lugar, fora do templo ou do palácio” (KAUFMANNER, 2024). A imagem, na Era da Arte, passa-se do ícone ao quadro. A imagem deixa de ter o aspecto sagrado, e passa a representar algo, “em vez de sujeito, passa a ser apenas um objeto” (DEBRAY, 1994, p.226). As mudanças no estatuto da imagem são acompanhadas também por uma mudança na sua função social e uma mudança no lugar dos sujeitos que as olham. A arte coloca o humano como sujeito que olha, produzindo uma subjetivação do olhar, criando espaço para um olhar crítico e analítico.

Por fim, Debray nomeia como a “Era do Visual” a terceira era, é a que vivemos atualmente, também nomeada como “videosfera”. Foi inaugurada e possibilitada com o desenvolvimento da televisão, do cinema e principalmente da fotografia – hoje pode-se acrescentar também os smart phones. A imagem deixa de ser única e sacralizada para ser reproduzida em massa, transmitida, consumida, e o olhar do espectador se torna passivo e acelerado. A imagem vira mercadoria, publicidade e meio para a “sociedade do espetáculo” (DEBORD, 1967).

Debray salienta que essa sucessão de eras é acompanhada por um relaxamento progressivo do espectador. A cada passagem de era, do espectador é

exigido cada vez menos atenção em relação a obra, o colocando numa posição cada vez mais passiva diante da imagem. O espectador renuncia o seu lugar de sujeito, e se coloca como objeto diante da imagem.

A maneira como vemos e nos relacionamos com as imagens foi mudando ao longo da história. Em cada período se aponta para um aspecto não apenas das imagens em si, mas de como elas estão relacionadas com a subjetividade de cada época. Este trabalho se propõe a analisar os efeitos psíquicos – tanto subjetivos quanto coletivos – da inquestionável dominância das telas, das imagens e dos recursos visuais na contemporaneidade.

Em sua obra “A Sociedade do Espetáculo”, Guy Debord ressaltou o lugar central do espetáculo nas organizações sociais de seu tempo. Ele escreveu: “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção, se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos, tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação.” (1997, p.13) Atualmente, as redes sociais e o mundo digital, centrais em nossa cultura, retratam numa proporção ainda maior o que Debord nomeou como sociedade do espetáculo, onde a vida é performada e encenada através de imagens.

Um dos pilares dessa dinâmica do espetáculo é a cultura do consumo. O espetáculo é tanto o resultado, quanto o projeto capitalista, o qual faz uso da criação de cenas e de imagens para causar fascínio e produzir desejo de consumo. Nas palavras do psicanalista Laurent (2017), tudo que é visível foi se transformando em mercadoria. Nesse contexto, surgiu uma nova lógica de consumo de objetos intangíveis, incorpóreos e impalpáveis. A imagem torna-se, nesse caso, explicitamente uma mercadoria, um objeto para ser consumido.

Segundo Lipovetsky e Serroy (2014), não vivemos mais como no tempo em que a arte se opunha à indústria, em que cultura e comércio eram divergentes e que a criação artística não tinha nada a ver com entretenimento. Para esses autores, experimentamos uma intensa estetização do mundo.

No campo filosófico, Didi-Huberman (*O que vemos, o que nos olha*, 1992) propõe que a imagem não é apenas algo que se vê, mas que também nos olha, nos interpela. Não somos apenas sujeitos que veem imagens, mas ao vê-las, somos também objetos de um olhar que nos retorna. “Ver é sempre mais do que ver: é também ser visto.” (DIDI-HUBERMAN, 1998, p. 175)

W. J. T. Mitchell, um teórico da cultura visual contemporânea, propõe pensar a imagem como “uma face que encara o espectador” (MITCHELL, 2017, p. 167). Segundo o autor, as imagens não são passivas, mas com o espectador estabelece uma relação, caberia então a pergunta: “o que as imagens querem?”. Na produção de uma imagem há sempre um sujeito (ou programa) por trás, que a criou na intenção de estabelecer uma certa relação com quem a olha. A imagem não é passiva, não é neutra.

No mundo das imagens está em jogo a pulsão escópica, a que tem como objeto o olhar, e coloca em questão o desejo de ver e ser visto.

Na psicanálise se discute sobre o lugar central que a imagem e o imaginário ocupam na cultura dominante atual. Se discute também que na mesma medida em que a imagem ascende, a palavra declina. Experimenta-se um declínio do simbólico, um fenômeno de empobrecimento da capacidade narrativa dos sujeitos. Um mundo de hiperexposição cria pouco espaço para a diferença, para a singularidade. “Um mundo tomado em sua totalidade pela luz, onde não existe um campo marginal, um campo de sombras para a constituição de uma realidade singular”. (KAUFMANNER, 2024, p.149) Essa questão será mais trabalhada a frente.

3. A FORMAÇÃO DO “EU”, IDENTIDADE E IMAGINÁRIO

“No mundo virtual, os *falasseres* [os seres falantes] sacrificam sua própria representação, sua diferença, abrindo mão de sua singularidade através das oferendas que prometem encontrar esse desejo obscuro. O mundo virtual e as redes sociais transformaram-se em portais de busca em que se busca sempre a mesma coisa, mesma coisa que não há como encontrar.” (KAUFMANNER, 2024, p.149)

Em sua obra, Freud (1914) propõe o conceito de **narcisismo** para demarcar um momento essencial no desenvolvimento psíquico humano. Se refere ao processo (inconsciente) no qual o bebê desloca o investimento libidinal do corpo fragmentado (autoerotismo) para uma imagem unificada de si — formando o *eu* — (narcisismo).

Para a psicanálise, num primeiro período o bebê experimenta um corpo fragmentado, dividido, sem a noção de que se é um eu, um corpo integrado e separado dos outros, é a partir de um processo psíquico que o “*eu*” se constitui. Este processo foi nomeado por Freud como “**narcisismo**”, que o articulou com o mito grego de Narciso. Narciso era um jovem extremamente belo que se apaixonou por sua própria imagem, refletida na água. Nesse estado de encantamento, até se torna surdo

a uma ninfa que por ele estava apaixonado. Cativado pela própria imagem, que no espelho d'água se refletia, Narciso morre afogado ao tentar alcançá-la. O mito de Narciso, assim como o momento do narcisismo, tem algo de especular, de uma relação amorosa com a sua própria imagem, e um desfecho trágico desse apaixonamento.

Figura 1 – *Eco e Narciso* (1903), pintura de John William Waterhouse.



Fonte: Cultura Genial (2023).

Seguindo na articulação da constituição do eu com a imagem especular, Jacques Lacan apresenta em 1949 “*O estádio do espelho como formador da função do eu*”. O estádio do espelho se trata da fase em que a criança passa a se reconhecer na própria imagem especular. É o momento da primeira identificação, da primeira formação de identidade.

Por volta dos 6 aos 18 meses o bebê passa de um estranhamento com relação à própria imagem refletida no espelho, ao reconhecimento de si nesta imagem – reconhecimento que é acompanhado de alegria e satisfação. (É importante ressaltar que esse espelhamento se refere também a percepção de semelhança com os pares). Se reconhecer na imagem significa que, por um instante, o ser pode se ver de fora, há algo que ele olha e que o representa, e isso produz efeitos psíquicos. A criança consegue agora apontar para a sua imagem e pensar “isso sou eu”. Essa imagem especular simboliza o *eu*, e isso estabiliza um lugar para o sujeito.

Ainda, cabe mencionar que nesse processo há a mediação de um terceiro, um outro, que funciona como um anteparo e confirma para a criança que essa imagem o

representa, que ali ela se encontra. Portanto, o processo no qual o bebê se constitui como um corpo, como um *eu*, se articula na identificação com a sua imagem especular e com o reconhecimento do Outro.

Isso significa que o primeiro encontro do sujeito consigo mesmo é pela imagem. Contudo, mesmo que pela imagem tenha havido esse encontro, essa captura de si, no instante seguinte isso se perde, e o lança num eterno movimento de busca por essa apreensão de si, num eterno movimento de tentar responder à grande questão: “quem sou eu?”.

O momento do estágio do espelho, portanto, marca:

- A constituição do eu (*moi*) como um duplo de si mesmo, parceiro imaginário; “*O eu é, antes de tudo, um outro.*” (*moi est un autre, Lacan relembra Rimbaud- 1871*)
- A entrada do sujeito na dimensão do imaginário;
- A constituição do eu a partir de uma alienação fundamental – pois o sujeito se constituiu como eu a partir de fora, por meio do olhar do outro. “*O sujeito se aliena tanto mais, quanto mais se afirma como eu*” (LACAN, seminário 1, p.73).

Como um efeito dessa operação de formação do *eu*, emerge o *eu ideal*. O sujeito cria então uma solução imaginária para a sua divisão, para a sua falta fundamental, e **passa a perseguir uma imagem de si** (*eu ideal*) que supostamente irá gerar uma completude e satisfação plena, corrigindo essa falta. O sujeito passa a perseguir uma imagem de si que, se alcançada, resolveria esse conflito e inadequação que cada um sente consigo mesmo. O eu ideal representa um modelo que o sujeito busca atingir e diante do qual julga a si mesmo.

O que escapa ao sujeito é o aspecto da alienação na qual ele foi constituído. Foi pelo o olhar de um outro, que confirmou a sua imagem, que ele se constituiu. A partir disso, as pessoas passam toda uma vida tentando se fazer desejável a outros olhares, a fixar identidades e a percorrer ideias para que assim tenham um lugar no desejo alheio (*ideal do eu*). “*O desejo é o desejo do Outro.*” (LACAN, 1998, p. 289) Ou seja, se deseja ter lugar no desejo do outro.

Nesse momento, convém retomar a questão do mundo digital, das redes sociais e das imagens na atualidade. Lacan chama a atenção para uma característica humana – a essência do humano, para Lacan, é uma essência vazia, é caracterizada pela falta. As redes sociais (e o regime econômico vigente) são estruturadas de tal

forma que aos usuários sempre há algo a mais a se oferecer, a se dizer, a mostrar, sempre tem algo a ser a ser desejado nessas plataformas.

No entanto, essa promessa não é cumprida, é algo da ordem da ilusão, visto que quanto mais se consome o que é ofertado, mais o vazio se faz presente, e mais se deseja, numa operação infinita. Muitas pessoas dizem que o excesso no uso das redes sociais gera uma sensação de “ser consumido” e um sentimento de insatisfação consigo mesmo, o desejo de ser outro, e de ter outras coisas. Quanto mais os sujeitos tentam se afixar nessas imagens, mais alienados de si ficam.

“A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (resultado da sua própria atividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo.” (DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. 1967.)

Outro aspecto que está em jogo nessas plataformas é a pulsão escópica, caracterizada por Lacan como uma pulsão que tem como objeto, o olhar. Nesse sentido, a pulsão escópica organiza o sujeito em torno do ver e ser visto. “Trata-se de fazer-se ver e, quando o sujeito se faz ver, ele constitui um lugar para si. Ou seja, quem é olhado se torna sujeito a partir do olhar de quem o olha” (CORRÊA; FERRARI, 2022, p. 97).

Ao construir um perfil nas redes sociais e compartilhar imagens e conteúdos cuidadosamente selecionados, o sujeito busca inscrever para si um lugar e uma identidade. Ao se fazer ver — expondo-se ao campo do olhar do Outro, aqui figurado pelos seguidores — essa identidade é confirmada e sustentada, tal como no estádio do espelho, em que a constituição do eu depende da mediação de um olhar terceiro.

Nessa conjuntura, pode-se pensar que o mundo virtual e as redes sociais prometem um mundo sem vazio, sem faltas:

“tudo-dizer, tudo-mostrar e tudo-ver, que desencadeiam, portanto, na hiperexposição e na hipervigilância. Rompe-se, dessa forma, a fronteira do íntimo e estimula-se o desvelamento da imagem, tornando-a transparente. Trata-se, possivelmente, de uma tentativa de o sujeito fazer-se ver e, talvez, encontrar aí uma unidade para além do espelho.” (CORRÊA; FERRARI, 2022, p. 105)

No seminário 1, “*Os escritos técnicos de Freud*”, Lacan diferencia o *eu(moi)* do *sujeito do inconsciente(je)*.

- “Moi” se refere ao *eu*, constituído no processo descrito acima. Se refere ao imaginário.

- “Je”, por outro lado, surge com a entrada do ser na linguagem, se refere ao simbólico.

Ou seja, a *função de sujeito* está separada da *função do eu*. Se o “eu” diz respeito a uma função imaginária, é pela linguagem que o sujeito se afasta dessa ilusão fundamental que a imagem colocou.

Como foi apontado anteriormente, se observa hoje uma ascensão das imagens na cultura, ao mesmo tempo em que há um declínio das palavras. Na sociedade do espetáculo, as pessoas são convocadas a produzir uma imagem de si, uma imagem que siga os ditames do espetáculo, e que se enquadre nos imperativos da época. O que vai pro palco – o que é bem visto, popular -, e o que vai ser escondido do espetáculo, já está dado. Cabe aos atores, reproduzir ou não. A imagem ascende, e a palavra recua. Manifesta-se menos o sujeito, aquele que ocupa a função de narrar suas próprias histórias e de produzir as suas singularidades, suas diferenças. A linguagem permite de certa maneira se reapropriar daquele núcleo (vazio) de si mesmo.

Portanto, pode-se dizer que o sujeito contemporâneo vive mergulhado numa economia especular, na qual a alienação é amplificada pelas redes sociais e pelo mundo digital.

“Pode-se pensar que talvez seja nesses olhares excessivos e em suas hiperexposições que os sujeitos, da atualidade, tentam encontrar uma consistência do seu próprio ser, uma vez que o declínio do simbólico e a queda dos ideais os deixam desamparados na busca de uma resposta para a pergunta fundamental acerca de quem se é.” (CORRÊA; FERRARI, 2022, p. 101)

Semelhante ao estúdio do espelho, como se a ele tentasse retornar e repeti-lo, nas redes sociais há um movimento de, através da imagem, constituir um eu integrado, constituir uma identidade, pelo menos por um instante, isenta da falta.

4. A PULSÃO, O OBJETO “a” E O VAZIO

“Entre ela e os objetos havia alguma coisa. Mas quando agarrava essa coisa na mão, como uma mosca, e depois espiava - mesmo tomando cuidado para que nada escapasse - só encontrava a própria mão, rósea e desapontada. Sim, eu sei, o ar, o ar! Mas não adiantava, não explicava. Esse era um de seus segredos. Nunca se permitiria contar, mesmo a papai, que não conseguia pegar ‘a coisa’.” (LISPECTOR, 1998, p. 15)

Já no início de sua obra, Freud elaborou o conceito de pulsão: uma força psíquica, de tensão constante, que vem do interior do corpo, não de fora, e que visa a sua satisfação. Essa força não deve ser confundida com o instinto, pois, diferente do instinto, não há nada que satisfaça a pulsão por completo. Os objetos almejados por essa força psíquica mudam com frequência, qualquer um pode ocupar esse lugar.

“O objeto é o que há de mais variável na pulsão; ele não é originalmente ligado à pulsão, mas só é trazido a ela de fora, em conexão com a experiência. [...] O objeto não pertence à essência da pulsão, e sim é algo que lhe é acessório, embora indispensável.” Freud, S. (1915). Pulsões e seus Destinos. ESB, Vol. XIV, p. 122.

“A pulsão sexual é extraordinariamente plástica quanto à escolha de objeto; pode trocar um por outro e substituí-lo por um terceiro; ela não está ligada a um objeto determinado, mas pode tomar qualquer um.” Freud, S. (1905). Três Ensaios sobre a Teoria da Sexualidade. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud (ESB), Vol. VII, p. 186.

Lacan segue com as elaborações sobre a pulsão e cria o conceito do *objeto a*. A pulsão tem um caráter circular, pois contorna um objeto impossível de alcançar. O objeto não pode ser fixado, é como um vazio, um buraco. Esse objeto só é conhecido como objeto perdido, *objeto a*, eternamente faltante, que lança o sujeito na busca de encontrá-lo.

O *objeto a* foi para a psicanálise uma grande contribuição de Lacan. Também entendido como o “mais-gozar”, “resto”, “objeto causa de desejo”, representa este objeto impossível de ser capturado, que existe na raiz da angústia humana. Um objeto sem imagem. É o objeto causa de desejo, também aquilo que resta da operação desejante, aquilo que ainda resta a ser capturado, e que relança o sujeito no movimento pulsional.

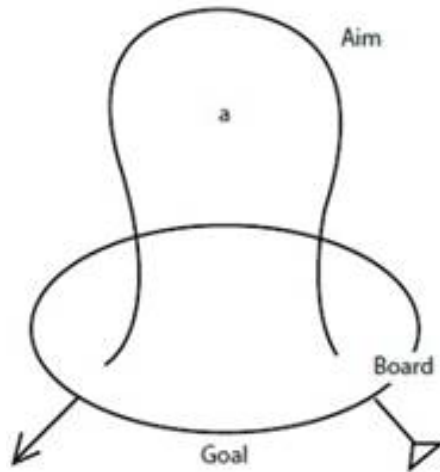
É ao tentar dar conta desse vazio estrutural que a humanidade se movimenta. As subjetividades são construídas a partir desse movimento de tentar tampar esse buraco. É porque sempre falta, que o sujeito insiste na vida.

O objeto *a* tem uma consistência que é lógica, e se aloja no lugar da castração, *a/-φ*.

O caráter circular da pulsão se dá pelo fato de que a pulsão, essa força que pulsa em nós, encontra a sua satisfação sem jamais encontrar seu alvo. O sujeito, na sua fantasia, deseja: “Se eu for assim... Se eu tiver isso... Se eu conquistar...”. Isso é o objeto, o suposto objetivo. A partir de uma falta, o sujeito deseja, e é lançado pela pulsão num movimento de tentar alcançar o objeto que supostamente vai preencher essa falta. É por não alcançar aquilo que vai satisfazê-lo por completo, que o sujeito

continua desejando, demandando, e a pulsão é lançada novamente em seu circuito, apenas bordeando o objeto, tocando-o tangencialmente, sem nunca o capturar. “O alvo da pulsão não é outra coisa senão esse retorno em circuito.” (LACAN, 1998, *Seminário 11*, p. 176)

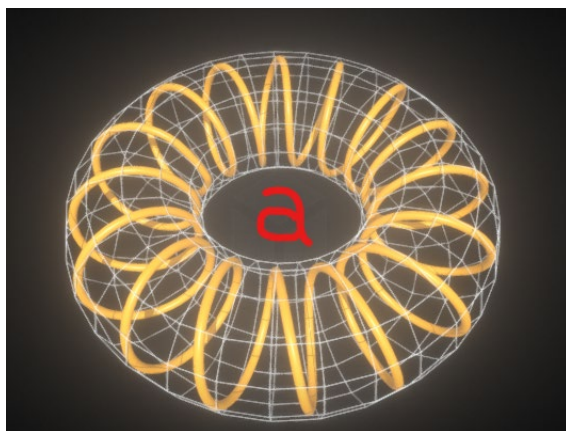
Figura 2- Esquema do circuito da pulsão proposto por Lacan:



Na imagem: *aim* = trajeto, circuito; *goal* = alvo; *board* = borda; *a* = objeto *a*.
 Fonte: LACAN, J. *Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise* (1964). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1988, p. 175.

Para demonstrar visualmente os circuitos que a pulsão realiza entorno do objeto *a*, que são caracterizadas pelas demandas do sujeito, Lacan utilizou o “Toro”.

Figura 3 -



Fonte: LATESFIP (2025). *Figuras de Lacan*.

Na imagem, as voltas em espiral representam o circuito pulsional que se dá em torno do *objeto a*, lugar marcado pelo vazio. Esse circuito, infinito, simboliza as demandas do sujeito. O *objeto a* é circundado pela pulsão, mas não consegue ser envolvido. É um objeto em potencial, mas que não consegue ser capturado, apreendido.

O ser humano passa a vida inteira buscando-o, mas jamais o encontrando formalmente. Se o encontrasse, não mais desejaria. Buscamos objetos que fazem suplência a esse objeto perdido. O que faz com que a pulsão continue circulando.

“Se, desde Freud, aprendemos que não existe relação natural alguma entre a pulsão e seu objeto, tal concepção do objeto *a* permite-nos vislumbrar que há uma infinidade de possibilidades de uma materialidade, ou mesmo imaterialidade, de ocupar essa consistência lógica.” (KAUFMANNER, 2024, p.149)

No que tange ao tema das redes sociais, estas são estruturadas de tal forma que captam a nossa atenção, justamente no ponto em que ofertam infinitamente objetos que podem fazer suplência ao objeto *a*. Há uma vitrine de possibilidades a serem desejadas.

O sucesso na expansão em escala global das redes sociais se dá em grande parte pelo fato destas terem se encaixado muito bem no mecanismo psíquico humano, no qual está constantemente em busca de algo que vá preencher esse vazio estrutural. No mundo das redes sociais sempre há algo sendo oferecido, sendo mostrado, sendo dito. E normalmente o que se mostra é o melhor recorte, a melhor imagem, a cena mais bonita, escamoteando a falta e criando a ilusão da completude.

“Convém, neste momento, salientar as dinâmicas do mundo virtual e, mais especificamente, das redes sociais, uma vez que a virtualidade faz parte da realidade social e, inclusive, reforça o espetáculo, a hiperexposição e o olhar absoluto. Trata-se, também, de um espaço que dispõe um novo modo de gozo, dado que há um mais-de-mostrar e um mais-de-olhar, que é impulsionado por um mais-de-conectar, possibilitado pelos espaços virtuais-sociais.” (CORRÊA; FERRARI, 2022, p. 101)

Em 2018, numa palestra para a plataforma “Café filosófico”, o psicanalista Christian Dunker fala que uma das tarefas clínicas mais importantes da psicanálise é levar o sujeito a se encontrar com o seu desejo. Socialmente estamos organizados de maneira em estamos alienados do nosso desejo, desde a infância, pelos cuidadores, até estruturas e discursos que nos dizem o que devemos desejar, o que é esperado de nós. As redes sociais fazem parte desse maquinário que dita o que deve ser desejado, como se deve pensar, agir, escolher, o que deve ser visto e o que deve ser recalçado. A humanidade utiliza das tecnologias de forma a suplantam o vazio, de

forma escantear o nosso desejo. Ao deixar a verdade sobre nós de lado, podemos nos entregar a modos pré fabricados, já dados, basta comprar, basta clicar.

“Articulado à lógica do capital, no ambiente virtual o objeto nunca falta, possibilitando que a pulsão encontre sua satisfação sem obstáculos. Os sujeitos, como consequência, iludem-se na dialética dos objetos virtuais que satisfazem, acreditando que é possível gozar sem frustrações.” (CORRÊA; FERRARI, 2022, p. 100)

5. O Outro da linguagem substituído pelo Outro da tecnologia

“A nova subjetividade da época substituiu um paradigma que serviu a muitos psicanalistas lacanianos no final dos anos 90 e início do século 21, a ideia de uma inconsistência do Outro, secularmente sustentada por valores universais, como a igreja católica. O século 20, que já começou com a decretação da morte de Deus, deslocou progressivamente a função paterna de seu conforto patriarcal. Surgiu a necessidade de pensar uma clínica cada vez menos habitada pelos antigos personagens da família edipiana. Um marco foi o curso de Jacques-Alain Miller e Éric Laurent em 1997 cujo título já dizia tudo. O Outro que não existe e seus comitês de ética. Sem a garantia do Outro, uma nova clínica foi necessária, pois a época foi de uma desconexão desse Outro e a ascensão dos sintomas contemporâneos, narcísicos, cada um gozando de seus próprio gadgets em um movimento cada vez mais narcísico. Mas esse curso foi antes do Boom das redes sociais, momento em que a internet prometia o Um da globalização.

Não foi uma clínica fácil, difícil estabelecer laços transferenciais quando o que predomina é a certeza de gozar sem desejar, formando uma geração de adictos. Contudo, passado o primeiro momento em que as redes sociais eram uma caixa de ressonância do próprio narcisismo, a época dos Selfies, a nova subjetividade é de uma submissão total e irrestrita às redes sociais, a hiperconectividade forjou um novo paradigma. Não se trata mais da inexistência do Outro, a questão é o oposto, o Outro das redes sociais não cessa de existir. Ele comanda todas as ações e transformou o smartphone em um verdadeiro órgão corporal. O pai evaporou, ele foi substituído pela massa numérica dos algoritmos. São eles que vão ditar os comportamentos, valores morais e os objetos do desejo. O Um da globalização não se confirmou, prevaleceu o efeito de incomunicabilidade entre bolhas de identidade. Se você não sabe quem é, esqueça o pai, os algoritmos sabem, são eles que vão finalmente te nomear.” (VERAS, Marcelo. O novo nome do pai. 2025)

Na psicanálise se discute uma atualidade caracterizada pela inconsistência do grande Outro (A). Ou, como afirmou Marcelo Veras, uma mudança no estatuto do Outro, agora consistindo como o Outro do algoritmo, do mundo digital. O grande Outro (A), diferente do pequeno outro (a), foi conceituado por Lacan como o tesouro dos significantes, como o lugar do inconsciente. É semelhante também com o lugar do campo social, da cultura, da família, da linguagem, ou seja, daquilo que existe anteriormente a nós, mas com o qual nos relacionamos para nos constituir. Trata-se daquilo que antecede e ultrapassa a nossa existência, mas é na relação com essa alteridade absoluta que nós nos formamos como sujeitos.

Em sua obra *O Visível e o Invisível* (1964), Merleau-Ponty, interessado na fenomenologia da percepção, indaga sobre o mundo visível, e apresenta a ideia de que o campo visível não se trata de um mundo objetivamente mensurável, um mundo cartesiano. O que é visível depende de quem o olha, e depende também do que é dado a ver pela luz (conceito metafórico).

Ao filósofo interessa a experiência da percepção, e afirma que o percebido é um mundo tomado a partir de um ponto de vista. A visão, como qualquer forma de percepção, está sempre situada e parcial. Quando se olha um objeto, há sempre um lado que escapa, pensamento convergente com o de Lacan, que afirmava que no campo da luz, há algo que escapa.

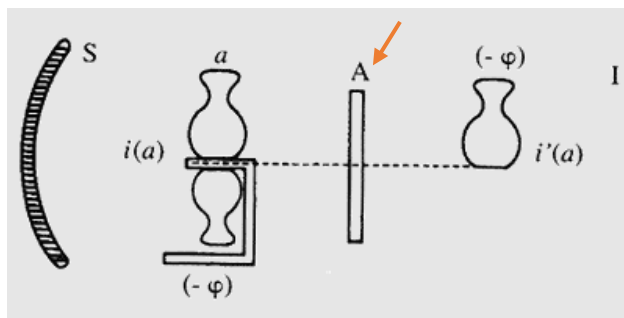
No entanto, na experiência do perceber, não é apenas o *percipiens* (aquele que percebe) que determina o que está sendo percebido, o *perceptum*. Há a luz, a iluminação (enquanto metáfora) que permite que a percepção aconteça, ou seja, há algo no próprio *perceptum* que precede a experiência daquele que percebe. Existe uma lógica na relação entre a iluminação e a coisa iluminada.

Para Merleau-Ponty, o olhar é o aparelho em nós que é capaz de responder às solicitações da luz. Os meios de transmissão de imagens, como as redes sociais, são como um grande campo iluminado, no qual algo está sendo exposto e dado a ver pelos espectadores. “A iluminação nos precede, precede à visão e, graças a ela, apreendemos o próprio espetáculo” (Kaufmann p. 133). Quando Veras escreve sobre o novo estatuto do Outro na contemporaneidade, tempo marcado pelas imagens e pelo excesso de luz, este Outro é aquele que joga a luz sobre o que deve ser visto e mostrado. A iluminação é o Outro. A iluminação vem de uma localidade outra, o “raio do mundo” segundo Merleau-Ponty (MERLEAU-PONTY, 2018, p.222).

Sendo assim, as imagens que circulam no mundo digital e nas redes sociais, são criadas a partir de um campo de luz que determina o que será visto e o que não será visto. Associado à cultura de massa, e às perdas das singularidades, as imagens são construídas a partir desse campo Outro que coloca previamente o que deve ser visto e o que deve ser mostrado. Guy Debord, na obra “A Sociedade do Espetáculo”, já alertava para a autonomia das imagens. Se antes as imagens representavam os homens, agora essa relação está invertida, e os homens representam as imagens. Através das imagens, o Outro da tecnologia estabelece as regras do visível e determina como devemos nos mostrar, e como devemos perceber o mundo.

Henri Kaufmanner, em sua obra “Os mortos-vivos e a psicanálise: dos zumbis aos arrebatados pela imagem”, escreve: “Arriscamo-nos a afirmar que o espelho do Outro, o espelho plano presente no esquema ótico de Lacan, hoje em dia foi substituído pelas telas e interfaces.”

Figura 4 – esquema ótico assinalando onde as telas substituem o espelho do Outro. A seta assinala o espelho do Outro.



Fonte: elaboração da autora a partir do esquema ótico de Lacan (seminário X, 2005).

Como o campo do visível já está colocado previamente, na relação imagem/humano, somos determinados pelas imagens, e dominados por ela. As imagens disseminadas em massa são recortes dos melhores ângulos ou, então, imagens distorcidas, alteradas por photoshop ou produzidas por inteligência artificial. Onde haveria uma mancha, uma singularidade, isso é descartado, corrigido, e nesse mundo somos todos, de uma certa maneira, convocados a sermos pessoas que não existem, essas pessoas produzidas nessas imagens.

“Os indivíduos, conseqüentemente, podem se alienar no império estético das mídias e podem ser conduzidos a buscarem e desejarem o que é postulado, o que está na moda. Atentou-se, então, para o regime da visibilidade que, contraditoriamente, não os deixa ver, pois busca ajustar o modo de ver o mundo a partir das perspectivas dominantes.” (CORRÊA; FERRARI, 2022, p. 92)

Lacan aponta para uma distância entre o que seria o Eu (que tem relação com a identidade, e com o imaginário) e o real do corpo que insiste em não se deixar apreender. A ascensão das imagens aponta para esse real do corpo escancarado em angústia na contemporaneidade, que tem como consequência a tentativa excessiva de afirmação do Eu.

Marcia Tiburi (2011) analisa criticamente a televisão como um fenômeno estético e político que molda a subjetividade contemporânea. Em sua obra, investiga como a televisão atua como uma "prótese" do olhar, substituindo a experiência direta

do mundo por imagens mediadas. Atualmente podemos pensar nos smartphones como essa prótese do olhar, como um órgão do corpo, um aparelho que está constantemente perto e de fácil acesso. “A imagem torna-se uma prótese do mundo, ou melhor, a eliminação do mundo mediante sua substituição”. (TIBURI, 2011, p.103)

Tiburi argumenta que as telas estabelecem um "estado de exceção da imagem", no qual a realidade é constantemente substituída por representações que condicionam o comportamento e o pensamento dos indivíduos. A autora propõe que essa mediação incessante das imagens contribui para a formação de uma subjetividade passiva, moldada pelos imperativos transmitidos. O contemporâneo é marcado por uma automação das imagens, com a consequente perda da experiência estética autêntica.

Na cultura dominante atual, com câmeras e olhares em toda parte, como se tudo fosse visível, há uma luz ofuscante, que exclui a dimensão não-toda da experiência. Uma luz ofuscante que não permite sombras, não permite o vazio, o que seria imprescindível para a criação singular.

O desenvolvimento da inteligência artificial reforçou ainda mais a ideia de um grande Outro da tecnologia, que funciona como um grande depósito de todas as informações contidas na internet, como um tesouro dos significantes. Ainda, as imagens hoje em dia podem ser geradas por IAs sem qualquer presença humana direta. No entanto, se Didi Hubberman nos propõe a perguntar: “o que querem as imagens?”, devemos também perguntar o que querem as *big techs* e os grandes programadores por trás das IAs. A ideia de que a inteligência artificial é neutra é um mito. Ela carrega as marcas de quem a programa, e do fato de serem construídas com finalidades econômicas e políticas.

6. A INDÚSTRIA CULTURAL E O DISCURSO CAPITALISTA

“Ainda não descobri o que de social a rede social tem, a não ser a ilusão da sociabilidade, porque a gente está ficando cada vez mais sozinho, cada vez mais isolado e cada vez com mais ‘amigos’. Uma coisa engraçada que acontece com a rede social, é que, além desse nome ‘social’, mas a gente usa sozinho, e não em relação com as outras pessoas, é que ela é grátis. Por que que a rede social é grátis? Hoje nada é grátis... É porque alguma coisa ali está sendo vendida, e somos nós.” (VON HUTY, Rita. Redes sociais. YouTube, 2018.)

O lugar que as redes sociais ocupam na contemporaneidade está profundamente entrelaçado com a economia capitalista. As redes sociais — como Instagram, TikTok, Facebook, YouTube — não são apenas espaços de comunicação ou lazer, mas plataformas comerciais, organizadas para extrair capital de cada interação, clique, curtida e imagem postada. Por serem de graça, nas redes sociais o que está à venda é a atenção e o tempo dos usuários. Essa atenção é capturada, medida, vendida, e transformada em lucro para plataformas e marcas. Dessa forma, os usuários se tornam mercadorias e consumidores ao mesmo tempo.

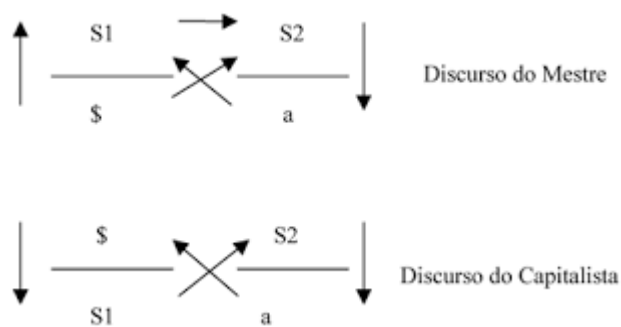
Se atualmente se observa um aspecto viciante dessas plataformas, é porque elas são construídas de maneira a capturar a atenção dos usuários. Há uma oferta infinita de elementos a serem desejados e consumidos, fazendo girar a engrenagem da produção de capital.

O discurso do capitalista foi apresentado por Lacan na conferência de Milão, em 1972. Diz respeito a uma variação estrutural nos quatro discursos que ele formaliza em seu ensino – o discurso do mestre, da universidade, da histeria e do analista. O discurso do capitalista é demonstrado como uma torção no discurso do mestre, que elimina a divisão do sujeito e rejeita a castração. Com a rejeição do limite, da falta, há uma promessa de completude, de satisfação plena. É uma estrutura na qual o sujeito é levado a uma produção e a um consumo incessante. Há um curto circuito na relação entre sujeito e objeto *a*, operando de forma acelerada e direta, sem que isso passe pelo outro. O discurso do capitalista, também conhecido como um pseudodiscurso, é caracterizado por não produzir laço social.

O discurso capitalista convoca o sujeito a gozar sem limites. O capitalismo promete a completude do sujeito, sem a falta e sem a castração. Opera pela substituição infinita dos objetos. Coloca o sujeito numa lógica de funcionalidade, performance e produção contínua. E transforma o mal estar em demanda por mais consumo. Como o objeto nunca satisfaz a pulsão por completo, como apresentado nos tópicos anteriores, ele é levado a consumir mais, compulsivamente.

“A partir do discurso do capitalismo, haveria um deslocamento do objeto a ao zênite da cultura” sugeriu Miller (2004). O objeto *a* – mais de gozar, é o combustível de todo o maquinário capitalista. Há uma promessa de que há algo a ser conquistado que irá trazer a satisfação que os sujeitos buscam, basta produzir mais e consumir mais. O capitalismo é sustentado pelo mais-de-gozar, sempre há mais a se produzir, mais a se consumir e mais a gozar.

Figura 5 - discurso do mestre e discurso do capitalista



Nesse contexto, as marcas se empenham em criar a representação daquilo que aparece como ideal para o consumidor. Os recursos visuais, as imagens, são utilizadas de maneira a associar os produtos a um determinado estilo de vida e identidade.

Na obra “A cultura do consumo”, a autora Fontenelle (2017) explora o papel cultural que os produtos passaram a ter no último século. No ato de consumir, o público busca não apenas a funcionalidade, mas consome também valores e identidades. Através do objeto, almeja-se consumir também um estilo de vida, um traço de personalidade, uma ideia, visando a reificação do próprio *eu* no ato de consumir.

“Quem escolhe os seus desejos?”

Se na primeira fase do capitalismo era necessária a violência como modo de controle dos corpos (das mulheres-bruxas, do povo preto e indígenas); no capitalismo industrial a disciplinarização; o capitalismo dos tempos atuais nos subjuga por recursos muito mais sorrateiros e sutis - e por isso mesmo muito mais difíceis de serem combatidos ou mesmo nomeados: a produção de desejo e inconsciente.” (CARDOSO, Morena. 2025)

Nesse sentido, autores como Adorno e Horkheimer (1947) relacionaram a estrutura de produção capitalista com o conceito de “indústria cultural”. O tempo de lazer da classe média e trabalhadora se torna mais um componente de alienação no capitalismo moderno. As produções culturais foram se transformando de maneira a deixar o espectador cada vez mais passivo, relaxado e sem a necessidade de pensar. A indústria cultural diz respeito a uma ideia de produção cultural que visa apenas o entretenimento, e um entretenimento excessivo. Ter a classe trabalhadora alienada, sem fazer parte nos processos históricos, políticos e artísticos é interessante para ela continue a produzir e a consumir.

As redes sociais funcionam como uma plataforma de entretenimento. Os usuários ficam absorvidos pelos *feeds* infinitos, o tempo passa e nem se percebe que não sobrou tempo para refletir, para se relacionar, para algo novo se criar. A indústria da cultura nos oferece sempre: entretenimento para preencher o tempo vago, descansar a cabeça e não pensar sobre a realidade exaustiva. Nós nos tratamos com doses homeopáticas de entretenimento para amenizar a angústia, no entanto sem resolvê-la.

Dessa forma, há uma produção cultural em massa que, ao invés de promover a expressão autêntica dos sujeitos, promove a produção de cópias do mesmo, exclui as diferenças e as singularidades, indo em direção contrária do desenvolvimento subjetivo. A experiência singular dos seres e como cada um é afetado, não interessa à voracidade capitalista dos gigantes da tecnologia. O ambiente virtual contribui para o apagamento do sujeito, enfraquecendo a singularidade do seu desejo.

7. O MAL ESTAR CONTEMPORÂNEO E O MUNDO VIRTUAL

O milênio virou acompanhado de avanços tecnológicos que instauravam grandes promessas em relação à comunicação e à transformação na vida humana. Se vislumbrava um mundo no qual as barreiras geográficas seriam superadas, a comunicação se tornaria instantânea, barata e acessível; o conhecimento estaria disponível universalmente; a automatização de tarefas cotidianas geraria mais tempo livre para as pessoas; a internet diminuiria as distâncias, criando uma aldeia global. (MCLUHAN 1964)

A humanidade vive agora essa época prometida – apenas o início dela – e a tecnologia está integrada nas nossas operações mais simples às mais complexas. Em contrapartida, concomitantemente aos avanços nas soluções digitais, observa-se um aumento nos sintomas e diagnósticos – em escala global – de solidão, depressão, ansiedade, ataques do pânico, transtornos de atenção, entre outros. Há um vazio que se faz presente quanto mais se tenta, virtualmente, criar conexões. A automatização de tarefas cotidianas, como o surgimento de assistentes digitais, automação doméstica, e-commerce, ao invés de oferecer mais tempo livre para as pessoas se relacionarem, descansar e realizar atividades por puro interesse e prazer, contribuiu para aumentar a jornada trabalhista, rompendo com barreiras territoriais e temporais.

Afastamentos por transtornos de saúde mental têm aumentado significativamente no Brasil, com dados indicando um recorde histórico em 2024. Neste ano, houve mais de 470 mil afastamentos por transtornos mentais, representando um aumento de mais de 60% em relação ao ano anterior e o maior número em 10 anos. (G1, 2025)

Se propõe aqui analisar como os sintomas que marcam o mal estar de nossa época estão relacionados e são produzidos pela cultura vigente, trazendo luz principalmente para a questão do mundo virtual, das redes sociais e suas imagens.

Paradoxalmente vivemos na era da informação, da comunicação, e também numa era marcada pela solidão. “O funcionamento virtual nos daria a impressão de um mundo interativo, mantendo a ilusão de que as distâncias estariam sendo superadas” (KAUFMANNER, 2024). O excesso de circulação de informações e imagens parecem levar a um esvaziamento, no qual pouco consegue ser apreendido e assimilado. O meio virtual das redes sociais conduz as pessoas a uma falsa impressão de que se está interagindo, porém funciona mais como um agregado de solidões conectadas. Atualmente se percebe um empobrecimento, principalmente em gerações mais novas, nas habilidades sociais e comunicativas. A ascensão do digital e suas imagens corroboram com um declínio do campo simbólico.

No campo psicanalítico se tem que aquilo que não é possível de se expressar simbolicamente, através de palavras, volta no real. Na virtualidade, com a imensidão de informações, com a exposição e a interação de diferentes realidades, as pessoas são expostas há um nível de diferença que não conseguem tratar/assimilar/elaborar. Aquilo que não se consegue elaborar, volta como real, como ato. A partir disso é possível compreender o efeito de segregação, do “cancelamento”. O “cancelamento” não passa pela via do pensamento crítico, do diálogo, é um ato de segregação, daquilo que não consegue ser elaborado simbolicamente, e que volta no real. Apesar dos meios de comunicação estarem abertos, não significa que entre as pessoas há mais diálogo e interação. A exposição de uma alteridade radical tem como efeito a segregação.

“Os novos sintomas seriam uma expressão mais direta das pulsões. Os sintomas ditos contemporâneos estariam relacionados a esse empobrecimento da capacidade de simbolização e de associação por parte do sujeito, remetido ao tempo presentificado da compulsão e à narrativa literal do esvaziamento subjetivo.” (KALLAS, 2016, p. 60)

As imagens abaixo mostram algumas das esculturas do artista Beto Gatti, obra intitulada *Primórdios Digitais*.

Figura 6 –



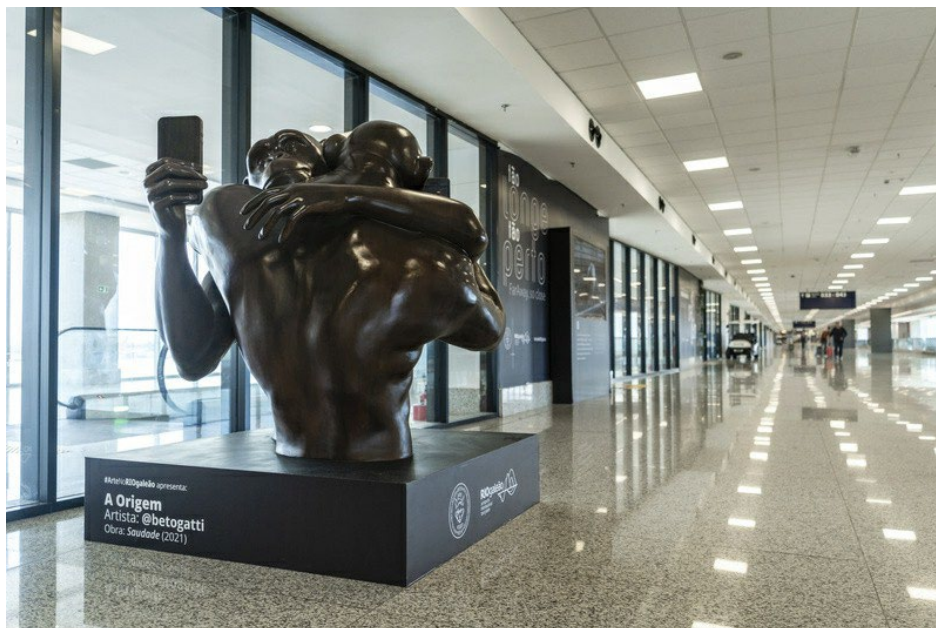
Figura 7 –



Figura 8 –



Figura 9 –



Fontes: DAS ARTES (2025) e G1 (2025).

Espalhadas pela cidade do Rio de Janeiro, as esculturas representam primatas com corpos humanos manipulando celulares, drones e visores digitais, fazendo uma alegoria sobre a dependência tecnológica e o esvaziamento das relações sociais na era digital. Na relação com o digital, os sujeitos humanos parecem retroceder, e têm suas habilidades de interação social deterioradas. As peças fazem uma crítica ao aprisionamento digital.

Um outro efeito produzido pela crescente presença das pessoas no mundo virtual e suas redes, é a relação de estranhamento com a própria imagem e com o próprio corpo. “*Dismorfia do Snapchat*” é um termo cunhado por cirurgiões plásticos que notaram um crescente número de pacientes que levavam selfies, e imagens de si com filtros e photoshop como referência para cirurgias plásticas. Esse fenômeno aponta para uma identificação com uma imagem virtual, e um estranhamento com o real do corpo. As modificações mais comuns nas clínicas estéticas são determinadas pelas imagens virtuais e seus filtros, como por exemplo: afinar o rosto, afinar o nariz, aumentar a boca e os olhos, etc. Há uma tendência de uniformização dos corpos e da perda das singularidades.

Como foi descrito no estágio do espelho, na experiência humana, entre o corpo e a imagem, há um descompasso, um estranhamento. Na era do virtual, prevalece a imagem sobre o real do corpo. A imagem não mais representa o humano, mas o humano tenta representar a imagem.

Marcia Tiburi (2011) propõe uma reflexão sobre o impacto das telas na formação do sujeito moderno e pós moderno, incentivando o leitor a questionar as formas de mediação visual que permeiam o cotidiano e a buscar uma relação mais consciente e crítica com as imagens que consome. Ela aponta para a necessidade de uma postura crítica diante dos meios de comunicação de massa, predominantemente visuais atualmente.

As pessoas falam de uma sensação de fracasso que muitas vezes acompanha o uso excessivo das redes sociais, onde se é exposto os melhores recortes e ângulos das vidas das pessoas, mas com a ilusão de que o exposto é a realidade de cada um. Se passa uma ilusão de que os outros estão realizados e completos, o que coloca em questão o descompasso consigo mesmo que cada um sente, criando uma sensação de fracasso, de insuficiência. Não à toa, as redes sociais funcionam como um compilado dos imperativos de sucesso de um tempo: ter dinheiro, ter um corpo magro e com músculos, ter o rosto de tal forma, usar tais roupas, ter tal rotina, viajar, ter muitos amigos, uma família feliz, um bom relacionamento amoroso, etc.

O mal estar da cultura contemporânea e sua realidade virtual convoca a psicanálise ao trabalho. Defender o íntimo, o singular, a diferença, é um dos fundamentos da psicanálise, e nisso se aposta pelo uso da palavra. Como escreveu Correia (2023, p.31), “A importância da clínica é notada por sua capacidade de

proporcionar uma experiência de fala na qual o sujeito pode traduzir, à sua maneira, as questões que o atravessam”.

“Dai palavras à dor: a tristeza quando não fala, murmura no coração que não suporta mais até que o quebra” Sheakspeare, Macbeth (1611).

8. CONCLUSÃO

Com este estudo, conclui-se que a ascensão da cultura virtual e das redes sociais está promovendo transformações nas formas de ser, de estar e de se relacionar no mundo e consigo mesmo. O espaço virtual, ao mesmo tempo em que facilita a comunicação e rompe barreiras geográficas, contribui para um isolamento social e um empobrecimento na capacidade simbólica das pessoas.

O mundo virtual inaugura uma nova lógica de relacionamentos sociais e reforça a cultura do espetáculo, marcada pela intensificação da exposição e pela captura dos sujeitos pelas imagens. Conclui-se também que as redes sociais, em associação com a lógica capitalista, contribuem para a produção de insatisfação nos sujeitos: ofertam constantemente suplentes ao objeto a, e reiteram a promessa de uma completude que nunca se realiza. Em vez de suprir a falta, esses dispositivos a reproduzem, mantendo o sujeito em um ciclo contínuo de insatisfação e consumo.

Dessa forma, tendo a psicanálise como base, este trabalho oferece uma contribuição à compreensão das questões psíquicas envolvidas na ascensão e consolidação do mundo virtual na contemporaneidade, fazendo articulações com os estudos filosóficos sobre a imagem, e com o regime econômico vigente. Ao abordar os sintomas psiquiátricos que mais emergem na atualidade — como a ansiedade e a depressão —, reforça-se a necessidade de um olhar crítico sobre a relação que estabelecemos com as telas.

REFERÊNCIAS:

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Tradução de Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

CARDOSO, Morena. DANZAMEDICINA. Quem escolhe os seus desejos? Instagram, 21 jan. 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DFGizu5SA3A/>. Acesso em: 27 maio 2025.

CORRÊA, Clara Maia Nicolato; FERRARI, Ilka Franco. Olhar para o mundo das imagens: uma leitura psicanalítica. *Tempo Psicanalítico*, Rio de Janeiro, v. 54, n. 1, p. 89–109, 2022.

CORREIA, Micael Arruda. *A economia das imagens: uma análise do lugar da imagem no capitalismo de consumo e os efeitos de sua dinâmica nos sujeitos*. 2023.

CULTURA GENIAL. *Mito de Narciso: explicação do mito grego e sua simbologia*. 2023. Disponível em: <https://www.culturagenial.com/mito-de-narciso-explicado-mitologia-grega/>. Acesso em: 28 maio 2025.

DAS ARTES. *Rio de Janeiro recebe esculturas monumentais de Beto Gatti em intervenção urbana inédita*. Disponível em: <https://dasartes.com.br/de-arte-a-z/rio-de-janeiro-recebe-esculturas-monumentais-de-beto-gatti-em-intervencao-urbana-inedita/>. Acesso em: 28 maio 2025.

DEBRAY, Régis. *Vida e morte da imagem: uma história do olhar no Ocidente*. Tradução de G. Teixeira. Petrópolis: Editora Vozes, 1994.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *O que vemos, o que nos olha*. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1998.

DUNKER, Christian. Lacan: uma linguagem para o real com Christian Dunker, psicanalista. *YouTube*, 23 mar. 2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=qV5el669U_M.

FEUERBACH, Ludwig. *A essência do cristianismo*. Tradução de José Arthur Giannotti. 2. ed. São Paulo: Vozes, 2007.

FREUD, Sigmund. *Introdução ao narcisismo*. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

FREUD, S. Pulsões e seus destinos (1915). In: _____. *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud*, v. XIV. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

FREUD, S. Três ensaios sobre a teoria da sexualidade (1905). In: _____. *Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud*, v. VII. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

G1. Crise de saúde mental: Brasil tem maior número de afastamentos por ansiedade e depressão em 10 anos. Disponível em: <https://g1.globo.com/trabalho-e-carreira/noticia/2025/03/10/crise-de-saude-mental-brasil-tem-maior-numero-de-afastamentos-por-ansiedade-e-depressao-em-10-anos.ghtml>. Acesso em: 27 maio 2025.

G1. Primórdios digitais: veja onde ver as obras com macacos hiperconectados que ficam nas ruas do Rio até dia 10. *Rio de Janeiro*, 17 maio 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/guia/guia-rj/noticia/2025/05/17/primordios-digitais-veja-onde-ver-as-obras-com-macacos-hiperconectados-que-ficam-nas-ruas-do-rio-ate-dia-10.ghtml>. Acesso em: 28 maio 2025.

IBGE – Agência de Notícias. Em 2023, 87,2% das pessoas com 10 anos ou mais utilizaram internet. 2024. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br>.

J.-A. MILLER. Uma fantasia. In: *Opção Lacaniana*, nº 42, fev. 2005.

KALLAS, Marília Brandão Lemos de Moraes. O sujeito contemporâneo, o mundo virtual e a psicanálise. *Reverso*, Belo Horizonte, ano 38, n. 71, p. 55–64, jun. 2016.

KAUFMANNER, Henri. *Os mortos-vivos e a psicanálise: dos zumbis aos arrebatados pela imagem*. Belo Horizonte: Scriptum, 2024.

LACAN, Jacques. *Du discours psychanalytique*. Conferência proferida em Milão, em 12 de maio de 1972. Disponível em: https://ecole-lacanienne.net/wp-content/uploads/2019/10/du_discours_psychanalytique.pdf. Acesso em: 26 maio 2025.

LACAN, Jacques. *O seminário, livro 1: Os escritos técnicos de Freud (1953–1954)*. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

LACAN, Jacques. *O seminário, livro 10: A angústia (1962–1963)*. Texto estabelecido por Jacques-Alain Miller. Tradução de Maria Célia Kalil. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

LACAN, Jacques. *O seminário, livro 11: Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise (1964)*. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

LACAN, Jacques. *O seminário, livro 17: O avesso da psicanálise (1969–1970)*. Texto estabelecido por Jacques-Alain Miller. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1992.

- LATESFIP** (2025). *Figuras de Lacan*. Disponível em: <https://www.latesfip.com.br/figuras-de-lacan>.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean**. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.
- LISPECTOR, Clarice**. *Perto do coração selvagem*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
- MCLUHAN, Marshall**. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1974.
- MCLUHAN, Marshall**. *Understanding media: the extensions of man*. New York: McGraw-Hill, 1964.
- SHAKESPEARE, William**. *Macbeth*. [1606]. London: The Arden Shakespeare, 2008.
- TIBURI, Marcia**. *Olho de vidro: a televisão e o estado de exceção da imagem*. Rio de Janeiro: Record, 2011.
- UNION INTERNATIONALE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS (ITU)**. *Facts and Figures 2024 – Internet use*. 10 nov. 2024. Disponível em: <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2024/11/10/ff24-internet-use/>. Acesso em: 28 maio 2025.
- VERAS, Marcelo**. O novo nome do pai. *Instagram*, 16 abr. 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Dlh7eraJFN6/>.
- VON HUTY, Rita**. Redes sociais. *YouTube*, 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rCaeNWB0GpM&t=52s>. Acesso em: 10 mar. 2025.